

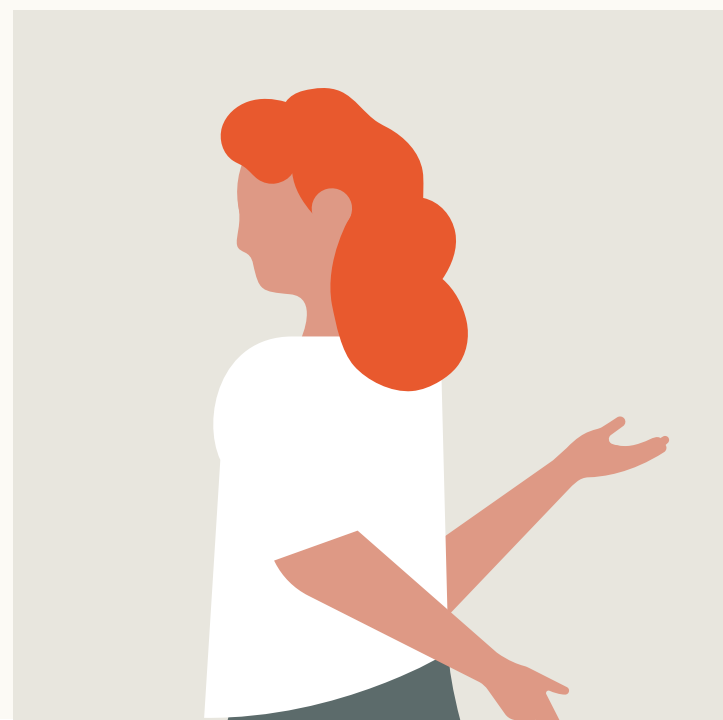
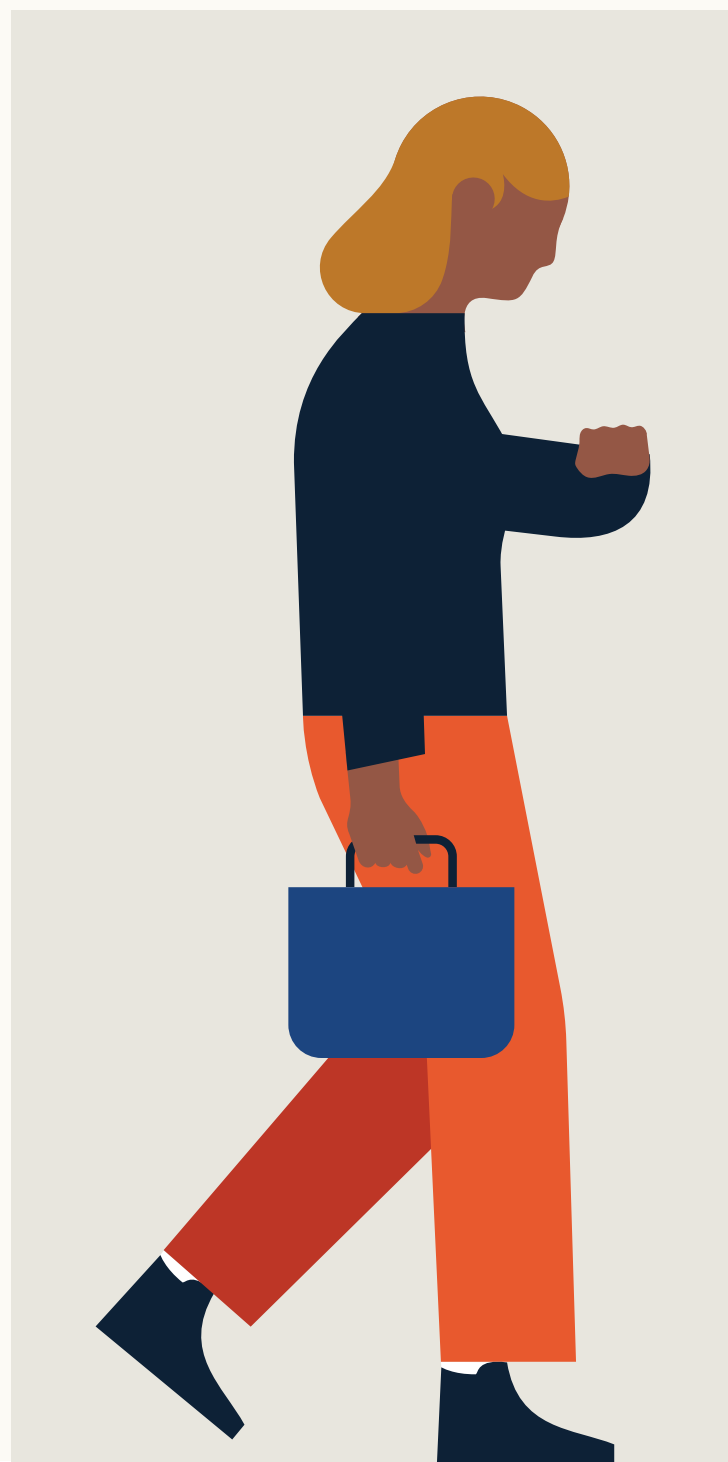
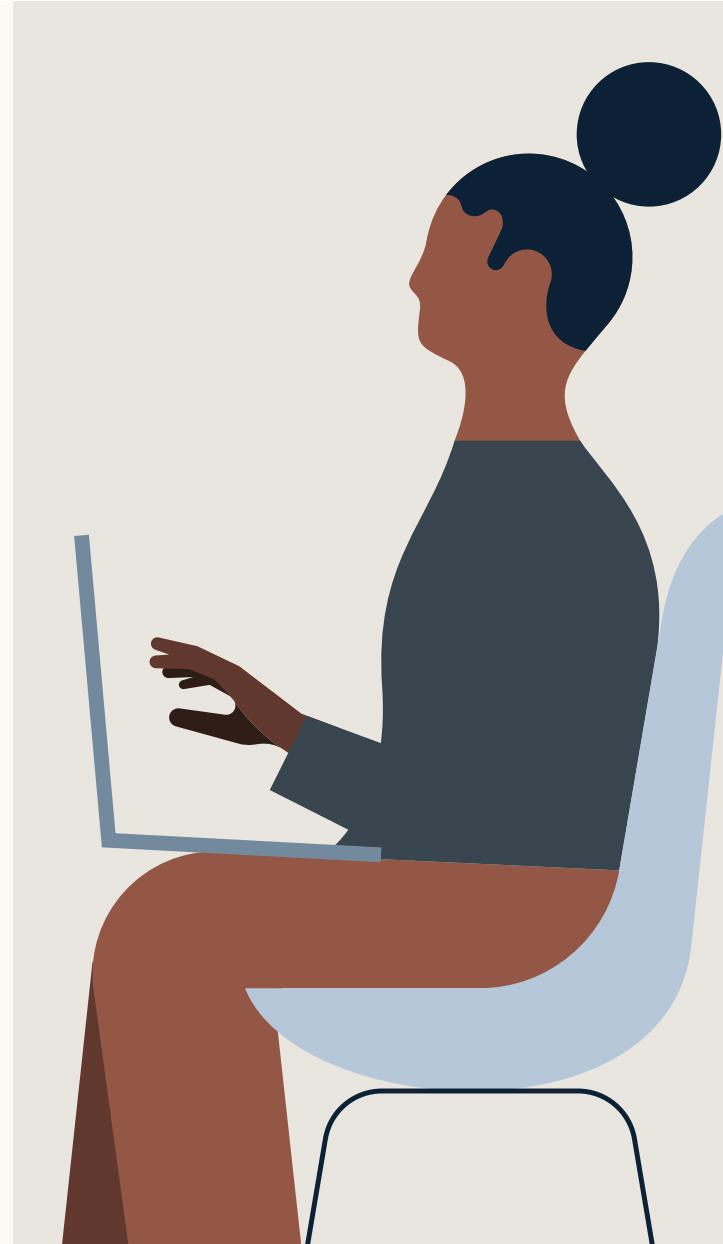


8 consejos para ayudar al equipo de ventas a navegar en un mercado en transformación



En aguas desconocidas, vender se convierte en un desafío aún mayor. La incertidumbre de un mercado en transformación puede afectar la generación de nuevos *leads* y todo el proceso de ventas. ¿Cómo puede trabajar un equipo de ventas en un contexto de cambio constante?

En este material, hemos reunido consejos para mitigar los efectos de un panorama de distanciamiento social, además de proponer acciones para tratar de aprovechar al máximo lo que los canales digitales ofrecen a los equipos al momento de vender.



1.

Recuerda lo que realmente importa, la seguridad del equipo

La seguridad y la salud del equipo son dos de los aspectos más importantes que un líder debe considerar. En términos de seguridad, ofrece lo que sea necesario para mantener a tu equipo y clientes protegidos. La idea es que todo se pueda hacer de forma virtual: prioriza las conversaciones a través de videoconferencia utilizando herramientas como Microsoft Teams o BlueJeans. Incluso para firmar contratos es posible evitar encuentros físicos con plataformas como DocuSign, por ejemplo.

También es importante tener en cuenta la salud mental. Verifica regularmente cómo están lidiando los miembros del equipo con temas como el distanciamiento social, la soledad y la convivencia con niños y personas mayores.

2.

Trata de mantenerte alineado con tu equipo constantemente

En estos tiempos, las reuniones a través de videoconferencia están en todas partes y deben ser tus principales aliadas para mantener a todo el equipo alineado y motivado.

No lo olvides: la comunicación con el equipo va más allá de las reuniones y juntas. Las conversaciones cotidianas, aquellas que tienen lugar en el café o durante los descansos, son una parte esencial para que un equipo permanezca unido.

A continuación, algunas ideas para alinearte con tu equipo:

- Programa conversaciones regulares con el equipo. Alterna entre reuniones en grupo y chats individuales, ya que a veces algunos miembros del equipo se sienten más cómodos teniendo ciertas conversaciones en privado.
- Habla al menos una vez al día sobre metas, inquietudes y preguntas.
- No importa si eres un jefe o no, piensa en formas creativas de mantener al equipo motivado y comprometido: desafíos virtuales divertidos, un quiz o una reunión temática, son tan solo algunos ejemplos de acciones que pueden hacer la diferencia.
- Las cordialidades como enviar comida a las casas de los compañeros de trabajo para que todos coman juntos (¡Remotamente, por supuesto!) también pueden ayudar a crear un sentimiento de cercanía.
- Reserva un tiempo para, al menos, enviar un mensaje rápido para celebrar los logros de cada integrante, incluso los más pequeños, desde contactar a un cliente difícil, hasta firmar un nuevo contrato.





3.

Inspira a los miembros de tu equipo con un liderazgo innovador para superar tiempos turbulentos

Cuando todo es incierto, las personas pueden necesitar, más que nunca, un liderazgo innovador. Aprovecha este momento para inspirarte en modelos de gestión que pueden ayudarte a navegar en este período de transformación, incluso si no tienes una posición de liderazgo en el equipo.

Revisa todos los detalles del concepto de liderazgo innovador, el cual tiene un carácter pedagógico y estimulante. Este concepto se basa en ideas que pueden llevar al equipo en direcciones más allá de lo habitual, aportando soluciones disruptivas.

4.

Mantente bien informado y aporta contenido de valor a tus clientes

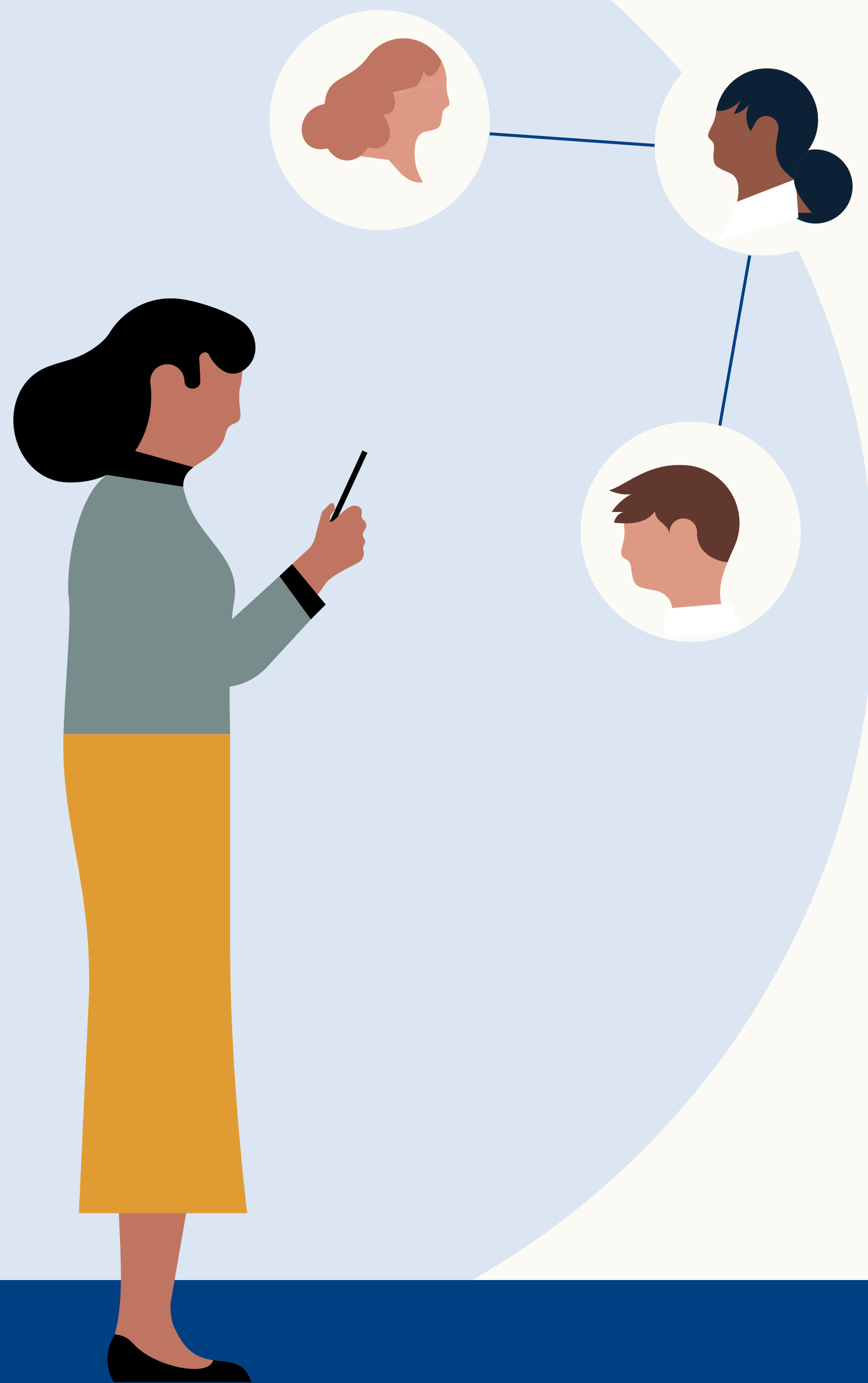
Actualmente, estar informado puede ser un desafío. Con tantas fuentes de información, el consejo es apegarse a contenidos fiables. Al estar bien informado, podrás nutrir a tus leads con contenidos que realmente pueden ayudar a clientes actuales y potenciales.

Según un estudio de LinkedIn, el 74% de los compradores eligen a la primera empresa que agregó un mayor valor durante el proceso de decisión de compra.

Para que las personas se mantengan informadas sobre el mercado, el propio LinkedIn cuenta con un boletín diario, que ofrece una recuento de las noticias más relevantes del día.

También es importante estar al tanto de lo que sucede con tu cartera de clientes para compartir conocimiento y ofrecer servicios de manera relevante, sin ser invasivo.





5.

Sé el apoyo que tu cliente necesita

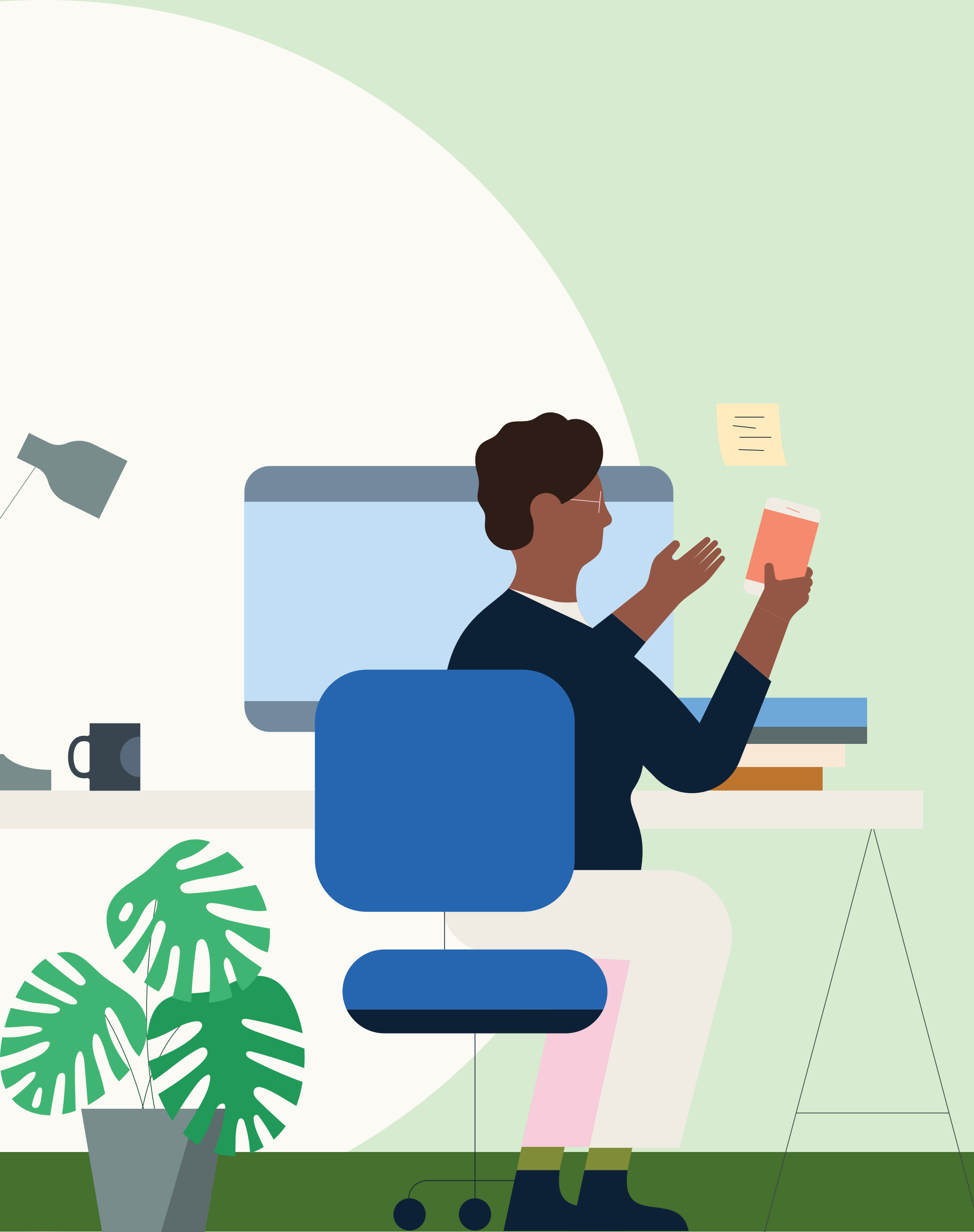
En algunos momentos, el mercado puede parecer un poco complicado de entender. ¿Cómo puedes ayudar a un cliente en tiempos turbulentos? En este contexto, el escenario puede ser confuso. Mientras que la mayoría tiene una caída en números, otros pueden ver crecer el volumen de sus negocios.

Para los que están enfrentando un período de estancamiento, incluso si los clientes no están listos para hacer negocios ahora, si te destacas como un asesor y una “mano derecha”, seguramente serás recordado cuando pase la tormenta.

Presta atención a las posiciones de las empresas aliadas en las redes sociales y en los medios, además de las publicaciones de los clientes en LinkedIn. Estos pueden ser buenos termómetros del entorno actual.

Algunas acciones para mantenerte al lado del cliente son:

- Estar disponible para responder preguntas.
- Intercambiar ideas, compartir aprendizajes y superar desafíos juntos.
- Comprender cuál es el mejor momento del día para ponerse en contacto con cada cliente.



6.

Aumenta y optimiza tu presencia digital: comparte conocimiento, contenidos y experiencias

En tiempos de trabajo remoto, existe una lucha por el espacio en las redes sociales, por lo que los profesionales deben ser creativos al momento de vender. Ya hemos hablado acerca de nutrir leads con contenido, pero es necesario ir más allá; en las reuniones con el equipo de ventas, discute cómo pueden utilizar herramientas para mantener a los leads interesados.

- Sé activo en LinkedIn: interactúa y participa en publicaciones para tener discusiones productivas sobre el mercado laboral.
- Comparte contenidos relevantes con tus conexiones.
- Escribir un artículo sobre cómo está siendo tu experiencia de trabajo remoto puede traer una exposición interesante de cómo trabajas y qué es lo que haces.



7.

Sé objetivo en las reuniones y presentaciones

Encuentra el tono adecuado para la comunicación, ya que esta es un buque insignia en el trabajo remoto. Adapta tu discurso a un mercado laboral centrado en presentaciones y conversaciones virtuales:

- Sé práctico, acorta el tiempo de las presentaciones. El tiempo máximo de atención de las personas disminuye en el formato digital.
- Haz un esfuerzo para conversar con tus clientes a través de videoconferencia, en lugar de correo electrónico o teléfono, ya que así alimentarás la empatía.
- Haz presentaciones de video, pero ofrece la opción de una conversación solo con audio.
- Prueba primero las herramientas de comunicación que se utilizarán para evitar contratiempos.
- Sé ágil al enviar un correo electrónico de seguimiento de la reunión con materiales, presentaciones y propuestas. Utiliza herramientas para realizar un seguimiento de quién abrió y vio tus presentaciones. De esta manera, estarás más informado sobre los próximos pasos con cada cliente.

8.

Usa la tecnología de ventas a tu favor

Organizar procesos es siempre un facilitador, especialmente en tiempos de incertidumbre. ¿Qué tal aprovechar este momento para incorporar tecnologías que aumenten la productividad del equipo de ventas?

- Continúa generando nuevos leads virtualmente: herramientas como [LinkedIn Sales Navigator](#) ofrecen la oportunidad para que el equipo pueda buscar nuevos clientes desde cualquier lugar, usando centenas de filtros para buscar los leads correctos en la base de más de 690 millones de usuarios de LinkedIn
- [LinkedIn Live](#) se puede utilizar por las páginas de empresas para realizar eventos, webinars o compartir experiencias.
- Tener un CRM (“customer relationship management”, en español, gestión de relación con los clientes) actualizado, por ejemplo, es importante para organizar los leads. El CRM es una herramienta clave para gestionar el paso a paso de contacto durante las ventas y analizar las debilidades y fortalezas de tu negocio. La idea es tener una mayor previsibilidad de objetivos y rendimiento. Establece una rutina de actualización, planillas de indicadores y actualización de información.
- Optimiza tu agenda: con menos traslados, hay más espacio para reuniones. Herramientas como Calendly facilitan programar reuniones con clientes y hacen que tu día sea más productivo.

